

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu tentang pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Terdapat penelitian yang menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, tetapi ada pula yang menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sama halnya dengan penelitian tentang profitabilitas terhadap nilai perusahaan, masih terdapat hasil yang tidak sejalan antar penelitian. Perbedaan hasil pada tiap penelitian terdahulu ini mendorong peneliti untuk melakukan pengujian kembali terhadap pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah gambaran kondisi yang ingin dicapai perusahaan sebagai bentuk kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan atas semua kegiatan yang dilakukan perusahaan.

Umro (2016) meneliti tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang bergerak pada sektor kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2010 sampai 2014 yang berjumlah 10 perusahaan. Pada penelitian tersebut menghasilkan nilai T pada variabel *corporate social responsibility* (CSR) 2,853 dengan signifikansi 0,008 sedangkan pada variabel profitabilita menghasilkan nilai

T 0,805 dengan signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memberikan pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Adhitya dkk. (2016) meneliti tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2011 sampai 2013 yang berjumlah 20 perusahaan. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uji T pada penelitian tersebut, baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maupun profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan.

Rosiana dkk. (2013) meneliti tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2008 sampai 2012 yang berjumlah 55 perusahaan. Hasil penelitian tersebut ialah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memoderasi pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

B. Teori dan Kajian Pustaka

Stakeholder Theory

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

Namun tidak hanya kinerja ekonomi saja yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, kinerja sosial dan lingkungan juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Setiap melakukan kegiatan operasional, perusahaan harus bisa memperhatikan keadaan masyarakat dan lingkungan sekitar karena nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh baik buruknya perusahaan dalam mengelola hubungan sosial dengan masyarakat dan lingkungan sekitar.

Menurut Rawi dan Muchlish (2010) *stakeholder* merupakan kelompok orang atau orang yang dapat dipengaruhi atau mempengaruhi berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan. Hubungannya dengan CSR adalah segala informasi yang diberikan perusahaan mengenai kinerja dari perusahaan kepada *stakeholder* tidak hanya didasarkan pada kinerja keuangan saja melainkan CSR mampu memberikan informasi tambahan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan oleh perusahaan. Informasi ini juga nantinya akan berpengaruh dalam pengambilan keputusan.

Corporate Social Responsibility

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Anggraini, 2006).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Tanggung jawab sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan *Sustainability Report* (laporan keberlanjutan). CSR dapat menjadi berkelanjutan apabila program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Tanpa adanya komitmen dan dukungan dari karyawan akan membuat program-program tersebut bagaikan program penebusan dosa dari pemegang saham belaka. Dengan melibatkan karyawan maka nilai dari program tersebut akan memberi arti yang sangat besar bagi perusahaan dan

tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan (Maryana dan Ridhawati, 2013)

Saat ini pedoman penyusunan *sustainability report* tertuang dalam GRI G4. GRI G4 memberikan kemudahan untuk perusahaan dalam mengungkapkan kegiatan CSR dan lebih mudah untuk membagikan informasi dengan *stakeholder*. Pedoman GRI G4 menjadikan keselarasan terhadap pelaporan *sustainability report* perusahaan, sehingga dapat dibandingkan antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain. (Ladina, 2016)

Pengungkapan standar khusus pada pedoman GRI G4 dibagi dalam tiga kategori, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Pada pedoman tersebut terdapat prinsip-prinsip pelaporan, pengungkapan standar, dan panduan penerapan penyusunan laporan keberlanjutan untuk perusahaan. *Sustainability report* perusahaan memberikan informasi terkait dengan aspek material, aspek yang dampaknya dapat diidentifikasi oleh perusahaan. (GRIa, 2013)

Profitabilitas

Brigham dan Houston (2014) profitabilitas adalah rasio laba bersih terhadap total aset untuk mengukur pengembalian. Hal ini digunakan untuk mencerminkan dari hasil akhir seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional. Hanafi dan Halim (2016) profitabilitas adalah digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Zen dan Herman (2007) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada periode tertentu yang dibagi

dengan total aset, hal ini merupakan kebijakan dan keputusan dari manajemen.

Berdasarkan beberapa pengertian dari para ahli sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Ukuran profitabilitas perusahaan dapat diukur dengan berbagai macam aspek seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi / aset dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik.

Dalam penelitian ini profitabilitas diukur menggunakan ROA dimana ROA merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan *total asset*. Rasio ini menunjukkan seberapa besar *return* yang dihasilkan atas setiap rupiah uang yang ditanamkan dalam bentuk *asset*. Semakin tinggi ROA maka akan semakin baik, artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pun sebaliknya (Murhadi, 2013)

Peneliti menggunakan *Return On Asset* (ROA) dalam penelitian ini dikarenakan rasio ini dapat menilai sehat atau tidaknya keadaan perusahaan sehingga dapat mempengaruhi investor untuk mengambil keputusan. Rumus untuk *Return On Asset* (ROA)

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai aset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga. Saham merupakan salah satu surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan, tinggi rendahnya harga saham dapat banyak dipengaruhi oleh kondisi emiten (Matono dan Agus Harjito, 2005). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan,

yang sering di kaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi (Salvatore, 2005).

Nilai perusahaan adalah gambaran kondisi yang ingin dicapai perusahaan sebagai bentuk kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan atas semua kegiatan yang dilakukan perusahaan. Hal ini dijadikan para investor sebagai persepsi dalam melakukan kegiatan investasi yang berkaitan dengan harga saham karena dengan meningkatnya nilai perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dalam mensejahterakan para *stakeholder* (Umro, 2016)

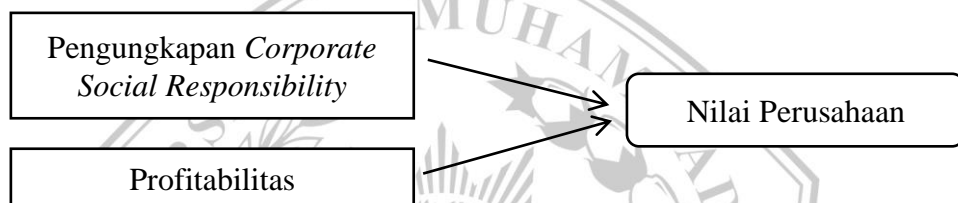
Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Jika perusahaan tersebut mampu meningkatkan keuntungan maka hal itu menggambarkan perusahaan tersebut mampu berkinerja dengan baik sehingga dapat menciptakan tanggapan positif dari investor dan ikut meningkatkan harga saham (Sudiarta, 2016)

Rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen tentang penilaian investor terhadap kinerja perusahaan di masa lampau dan masa depan. Terdapat beberapa rasio untuk mengukur nilai perusahaan, salah satunya Tobin's Q. Tobin's Q dinilai yang paling dapat memberikan informasi dengan baik, karena semua unsur utang, modal saham dan seluruh aset perusahaan ada di dalam Tobin's Q. Dengan demikian perusahaan tidak

hanya berfokus pada satu tipe investor dalam bentuk saham saja namun juga kreditur (Sukamulja, 2004)

C. Perumusan Hipotesis

Pada penelitian ini variabel dependen yang digunakan ialah nilai perusahaan dan variabel independen yang digunakan adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas, sehingga menghasilkan kerangka hipotesis seperti dibawah ini:



- Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Corporate social responsibility merupakan tanggungjawab organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku dan transparan dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan kepentingan stakeholder, sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional, terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi. Dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan produk maupun jasa (Rusdianto, 2013).

Menurut Umro (2016), kemampuan suatu perusahaan dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan

kinerja perusahaan. Apabila kinerja perusahaan meningkat maka para investor akan memberikan respon positif sehingga dengan respon positif yang diberikan oleh investor kepada perusahaan akan mendorong harga saham meningkat. Ketika harga saham meningkat, maka peningkatan ini menggambarkan bahwa nilai perusahaan dalam keadaan baik. Maka, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasekti (2015) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

- Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Brigham dan Houston (2014) profitabilitas adalah rasio laba bersih terhadap total aset untuk mengukur pengembalian. Hal ini digunakan untuk mencerminkan dari hasil akhir seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional.

Profitabilitas yang semakin meningkat mencerminkan semakin baik nilai perusahaan, karena perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi menggambarkan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik dalam menghasilkan laba. (Umro, 2016) Ketika perusahaan memiliki profitabilitas yang meningkat, maka akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013), Nuzula (2016), dan Pristianingrum (2017) yang menjelaskan bahwa profitabilitas memiliki

pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Maka, penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

